



Klik op de visual, de verschillende links leiden je naar de stappen en tools die je kunt inzetten voor de positionering van het werkveld. Door op het logo rechtsboven te klikken, keer je direct terug naar deze pagina (de eerste pagina van dit documente eerste pagina van dit document)

De informatie in dit document is zowel voor bestuurders als voor de 'sleutelpersonen', de mensen die dit plan in uitvoer nemen. In de verschillende stappen wordt duidelijk waar het informatie betreft, ook van belang voor bestuurders, en waar het implementatie betreft.

Samen in positie met Community Next

Positionering van het werkveld is urgent, als we ons niet profileren in deze snel veranderende maatschappij verliezen we terrein en dat gaat ten koste van de cliënt. Samen werkten we daarom aan een formulering waarin de nieuwe positie van BW&B beter tot zijn recht komt. Het manifest Community Next ontstond, een gedragen visie waarin elk lid zich vindt. Deze visie geeft richting aan het werkveld en gaat over (de toekomst van) jouw organisatie.

Er zijn vijf stappen nodig om community next te implementeren in jouw organisatie. Dit plan van aanpak werd gemaakt met de kennis en expertise van verschillende leden (bestuurders, beleidsadviseurs, managers, ervaringsdeskundigen en communicatieadviseurs). De stappen en tools werden in pilots getest in de praktijk. Om landelijk te profileren vragen we je uiteindelijk niet om extra activiteiten, maar om simpelweg kennis en informatie toe te voegen aan de dingen die je toch al doet. Dat scheelt tijd en geld en het zorgt voor een duidelijke stem naar buiten. Lokaal, regionaal én landelijk. Wij wensen jullie veel plezier bij de uitvoer van dit plan van aanpak. Samen komen we in positie. Gezamenlijk bieden we de basis voor inclusie en herstel.

Voorwoord en introductie

Samen in positie

Het werkveld van BW&B is actief in de wijken, werkt veel ambulant en zet in op herstel van psychische gezondheid en kwaliteit van leven. Gezamenlijk werd besloten dat het van belang om ons werkveld zichtbaar te maken als voorhoedespeler die een bijdrage levert in de wijken en mensen in kwetsbare posities krachtig ondersteunt. In gezamenlijkheid werkten we aan een formulering waarin onze nieuwe positie beter tot zijn recht komt. Het manifest community next ontstond, een gedragen visie waarin elk lid zich vindt. Deze visie geeft richting aan het werkveld (een beoogde shift) en gaat ook over (de toekomst van) jouw organisatie.

Met het manifest van community next (eerder bekend als het vernieuwde totaalconcept) benadrukken we gezamenlijk onze missie. De intentie van de overgrote meerderheid van de leden van BW&B is om onze handen ineen te slaan en om, ondanks onze verschillende onderling, één geluid te laten horen. Door het werkveld gezamenlijk en goed op de kaart te zetten, verbetert de positie van het werkveld, wat ten goede komt aan zorg. Dit plan van aanpak geeft praktische handvatten om met de positionering van het werkveld aan de slag te gaan in jouw eigen organisatie.

Voor wie is dit document?

Document voor bestuurders

De urgentie van positionering wordt in dit plan van aanpak toegelicht en de stappen die nodig zijn om mee te doen met community next. In elke kopje staat duidelijk wat er voorwaardelijk is om deze stap te kunnen zetten.

Betrokken bij de implementatie van dit plan?

In dit plan wordt toegelicht welke stappen nodig zijn voor de implementatie van community next.

Wie moet wat doen?

Dit plan van aanpak is bedoeld als leidraad voor een gezamenlijke profilering van het werkveld en de implementatie ervan in jouw organisatie. De stappen in dit plan zijn vergelijkbaar met een lichte variant van een veranderingel positioneringstraject. Bestuurders worden opgeroepen om de implementatie van dit plan van aanpak bij de juiste mensen mét mandaat (sleutelpersonen) te beleggen in de organisatie. Sleutelpersonen hebben ofwel een sleutelrol in de organisatie (en het nodige mandaat van de bestuurder) ofwel er kan een (al bestaande?) werkgroep worden opgericht/ingezet. Denk aan: bestuurders, managers, HRM, directies, afdelingen communicatie en beleidsmakers. Met dit plan van aanpak put je uit de kennis die eerder is opgehaald bij leden.

Voorwoord en introductie – Samen in positie

Wat gaan we doen?

Er zijn [vijf stappen](#) nodig om *Community Next* te implementeren in jouw organisatie. Dit plan van aanpak werd gemaakt met de kennis en expertise van verschillende leden (bestuurders, beleidsadviseurs, managers, ervaringsdeskundigen en communicatieadviseurs) en geeft een duidelijke beeld van de stappen. De stappen en tools werden in pilots getest in de praktijk.

In het eerste deel van het traject test je intern jouw positie binnen de visie van *community next*. Het toont je de sterkte en minder sterke punten. Zo weet je waar je stappen kunt maken (waar je kunt profiteren van de kennis van de leden) en waar jouw positie het sterkste is (waar je kennis kunt delen). In de volgende stappen zetten we gezamenlijk ons werkveld op de kaart. Met [de tools](#) in dit plan van aanpak identificeer je waar je de landelijke profilering kunt inzetten of kunt toevoegen aan jouw eigen bestaande trajecten. We vragen je dus niet om extra activiteiten, maar om simpelweg wat landelijke informatie toe te voegen aan de dingen die je toch al doet. Toch heeft dit grote invloed, als we dit gezamenlijk doen. Vele stemmen maken veel geluid.

Tenslotte vind je in dit werkplan achtergrond-informatie over de issues die spelen in dit werkveld waar je je op kunt profileren. We creëren enkele gezamenlijke pr-momenten (denk aan thema's als arbeidswerving of stigma) en zorgen ervoor dat leden elkaar onderling voorzien van de juiste munitie of content om in te zetten op zelfgekozen momenten.

Op deze manier maken we optimaal gebruik van de aanwezige kennis en expertise binnen ons netwerk. Niemand hoeft in zijn eentje het wiel uit te vinden. Dat scheelt niet alleen tijd en geld, ook zorgt het voor een duidelijke stem naar buiten. Lokaal, regionaal én landelijk.

Waarom is het nodig?*

Beeld van ons werkveld is verouderd (en soms zelfs afwezig):

Ons werkveld is niet (altijd) zichtbaar als innovatief, het is niet (altijd) zichtbaar als voorhoedespeler.

De toegevoegde waarde van ons aandeel wordt niet herkend en onderscheidt zich niet als domein tussen de gespecialiseerde ggz en de sociale basis. Gevaar is dat de gemeenten hun prioritaire partner Welzijn of GGZ meer als kennisbron blijven of gaan gebruiken.

Issues met een negatieve connotatie:

Negatieve issues zetten het hele veld in een negatief daglicht. Slechte beeldvorming in combinatie met het ontbreken van een duidelijk beeld over toegevoegde waarde heeft verschillende consequenties.

Diversiteit staat eenduidig beeld van het werkveld in de weg:

Diversiteit onder leden is groot; visies, rol en werkwijze lijken versnipperd en de taal die eerst van de sector was (inclusie en participatie) is inmiddels van iedereen in zorg en maatschappelijk middenveld. Als we ons werkveld niet profileren in deze snel veranderende maatschappij verliezen we terrein en dat gaat ten koste van de cliënt.

Een uitgebreide toelichting op de urgentie van gezamenlijk positioneren en een gezamenlijk optreden vind je in de argumentenkaart, te vinden in [stap 1](#).

In 2021 ondertekende jouw bestuurder het manifest *Community Next*. Dit is de visie die we gezamenlijk willen uitdragen. Het vormt de basis voor alle andere communicatie-uitingen. Het manifest staat in dit plan van aanpak en alle documenten vind je ook in één bijgeleverde PowerPointpresentatie

Voorwoord en introductie – Samen in positie

Wat levert dat op?

Om samen in positie te komen maken we daarom juist gebruik van de variëteit onder de leden. In de visie wordt gesproken over de shift (bijvoorbeeld op vakmanschap, inclusie of wijkgericht werken). In de praktijk zien we dat leden op een of enkele thema's voorlopen, op andere thema's zijn er andere voorlopers en soms varieert de invulling van zo'n thema. Elk lid beweegt zich op zijn eigen manier in zijn eigen regio. In de visie van community next dragen we uit waar we naar streven (onze unieke dienstverlening en vakmanschap) en delen we good practices, opgedane kennis, tools en content. Niemand hoeft het hele wiel opnieuw uit te vinden, we delen onze kennis onderling en dat komt rechtstreeks ten goede aan de cliënt én aan de profilering.

We doen dit samen

Valente is een netwerkorganisatie. Eén van de netwerken is BW&B. In dit netwerk bevinden zich 66 leden verspreid over het land. De positionering van het werkveld is onderdeel van de agenda waar meer onderwerpen opstaan, zoals bijvoorbeeld vakmanschap. De kerncommissie, en een bestuurssecretaris vanuit Valente bepalen in overleg de thema's op de agenda.

Voor de positionering zijn drie portefeuillehouders benoemd, bestuurders kunnen met vragen bij hen terecht.

Om op de hoogte te blijven van de voortgang, nodigt Valente je uit om je regelmatig aan te melden voor de ledenbijeenkomsten.

Voor sleutelpersonen is er een extra netwerk voor de mensen die dit plan in de organisatie ten uitvoer brengen. Maak gebruik van dit netwerk om al je vragen te stellen of problemen voor te leggen. Daar is tenslotte een netwerk voor.

Voor vragen is er altijd iemand uit het netwerk die ofwel het antwoord heeft, ofwel met je op zoek wilt gaan.

Want kennis delen is macht en we hebben allemaal hetzelfde doel voor ogen, de beste begeleiding voor de mensen die dit nodig hebben.

Wij wensen jullie veel plezier bij de uitvoer van dit plan van aanpak. Samen komen we in positie. Gezamenlijk bieden we de basis voor inclusie en herstel.

De visie en dienstverlening van het Werkveld BW&B zijn veranderd en verbreed. Om te duiden hoe we veranderen is de [beoogde shift](#) in beeld gebracht in een schema. Daarnaast zijn de [kenmerken van BW&B](#) organisaties in kaart gebracht.

Naast de profilering werkt het netwerk BW&B aan een landelijk kwaliteitskader van de sector en aan een landelijke beroepsstandaard van de herstelprofessional. Voor de [herstelprofessional zijn kenmerken](#) opgesteld.

Een infographic die overzicht geeft vind je in [de route naar een betekenisvol leven](#).

Een overzicht naar alle leden van Valente en de relevante stakeholders vind je [hier](#).

Stap 1

Draagvlak moet er zijn

Wie zijn aan zet?

Alle leden zijn ambassadeurs en kunnen bijdragen om het werkveld structureel op een positieve manier neer te zetten. Eén druppel op de gloeiende plaat werkt niet, honderd druppels oogsten een klein effect, duizend druppels vormen een verfrissend geheel.

Met dit plan ligt er een leidraad voor implementatie van structurele profilering, Voor de uitvoering is een sleutelpersoon of een team nodig die draagvlak heeft en mandaat voor uitvoering. **Deze stap in het plan is ervoor bedoeld om alle voorwaarden te scheppen om aan de slag te kunnen en wie aan zet is.**

Bestuurders zorgen voor draagvlak & uitvoer: als bestuurder kun je taken prioriteren en mandaat geven. Dit is nodig om dit stappenplan tot uitvoer te brengen. Bestuurders worden opgeroepen om de implementatie van dit plan van aanpak bij de juiste mensen mét mandaat (sleutelpersonen) te beleggen in de organisatie.

Tip: Soms zijn er al aanwezige teams die vaker dit soort trajecten doen. Denk bijvoorbeeld aan inclusieteams, die in meerdere lagen van de organisatie werken. Mensen die je kunt betrekken: bestuurders, managers, HRM, directies, afdelingen communicatie en beleidsmakers.

Sleutelpersonen krijgen draagvlak van bestuur en/of management en zorgen ervoor dat het plan van aanpak kan worden uitgevoerd. Voor sleutelpersonen is het van belang

om te weten welke argumenten zwaar wegen. Zij kunnen ook kijken welke kennis gedeeld kan worden én welke kennis nieuw of interessant is voor de organisatie.

Waarom?

Het uitvoeren van dit plan van aanpak behelst meer dan alleen de landelijke visie uit het manifest uitdragen via sociale media. Het is niet genoeg als bestuursleden af en toe het werkveld meenemen in hun praatje bij stakeholders. Het doel is dat alle leden in positie komen (op alle vlakken) door te profiteren van elkaars kennis én door structureel het werkveld op de kaart te zetten. Maar werkdruk is hoog en landelijke profilering heeft niet altijd prioriteit.

Hoe?

Dat zou het wel moeten zijn. Waarom? Je leest het in de introductie of bekijk de argumentenkaart in de tools! En daarbij: het effect van profilering is het grootst als alle leden hun steentje bijdragen. Bovendien we vragen niet om allerlei nieuwe activiteiten, wel vragen we om de landelijke visie mee te nemen in bestaande activiteiten en communicatie. We voegen waarde toe aan jouw (lokale en regionale) activiteiten (bijvoorbeeld met tekst en cijfers). Ook op gebied van communicatie kunnen we vaker en meer samen optrekken. Kortom. Na implementatie van het plan, levert het je als organisatie én als werkveld iets op.

Let op, deze profilering gaat niet alleen over communicatie: het zegt iets over de richting van het werkveld en dus over de organisatie en de taken van een professional. Het gaat de hele organisatie aan.

Tools

In de [argumentenkaart](#) vind je argumenten die je kunnen helpen om bij de juiste personen draagvlak te krijgen. Gebruik de kennis die je hebt van jouw organisatie om bij de juiste mensen de juiste argumenten in te zetten waaruit blijkt dat het voor jouw organisatie belangrijk is om ook het werkveld BW&B op de kaart te zetten.

Stap 2

Waar staat de organisatie ten opzichte van Community Next?

Wie zijn aan zet?

Is de organisatie de ultieme schakelfunctie tussen algemene wijkvoorzieningen, gespecialiseerde ggz (ZvW), huisartsenzorg en werk & inkomen? En richt je je daarbij vooral en alleen op de cliënt of (ook) op de wijk en haar functies? Waar ligt de nadruk op? De organisatie, haar missie, de waarden? Waar richt je je op: kennisdeling, samenwerking of flexibiliteit? En hoe doen anderen dat? Kortom Waar staat jouw organisatie ten opzichte van de visie van community next?

Bestuurders verzamelen continu kennis over de organisatie. Zij kunnen de sleutelpersonen faciliteren en het mogelijk maken dat de interne gesprek plaatsvindt, ook over de visie van community next. **Welke sterke punten wilt de organisatie uitstralen (en hoe leg je verbinding met community next) en hoe sijpelt dat door tot in de haarvaten van de organisatie?**

Waarom?

Er zijn organisaties waar intern enorme verschillen zijn, alleen al omdat er verschillende doelgroepen worden bediend. Soms zit de organisatie op één lijn, maar zijn er t.o.v. andere organisaties lessen te leren.

Als je inzicht hebt in jouw organisatie (van de hoed en de rand), weet je waar je stappen kunt maken (en waar je kunt profiteren van de kennis van collega's) én waar jouw positie het sterkste is (en waar je kennis kunt delen).

Hoe?

De tools in deze stap faciliteren vooral het interne gesprek waarmee je de sterke en minder sterke punten kan verzamelen binnen jouw organisatie. Alle documenten zijn gebundeld én los in te zetten om een gesprek aan te gaan en/of om naast je huidige profilering te leggen: wat zegt dit manifest, wat zeggen wij, hoe is dat anders? Wat is onze huidige en gewenste positie, waar staan we nu? Hoe zit het landelijk, hoe is dat bij ons, hoe is dat anders? Moeten we dingen anders aanpakken? En niet te vergeten: hoe doen anderen dat, van welke kennis kunnen we profiteren?

Tools

Het stuk [praten over het manifest](#) is een 'praatplaat' bedoeld om discussie te voeren over het manifest, en om duidelijk te maken wat dit betekent in en voor de organisatie. Dit stuk kan gebruikt worden op verschillende niveaus, van bestuur- tot directie en teamoverleggen. De [Kenmerken organisaties beschermd en begeleid wonen](#) en het [afwegingskader](#) schetsen de kenmerken en afwegingen van de organisaties en de shift die zij doormaken. [De route van een betekenisvol leven](#) maakt dat duidelijk in beeld. Deze tools zijn vooral geschikt vanaf managementniveau. De [kenmerken van de herstelprofessional](#) van nu (of de toekomst) is ook een mooi praatstuk voor teams, waar sta jij al professional? [Speciaal voor teams is er ook een 'test'](#) gemaakt om te peilen hoe teams tegen de voortgang aankijken. Overigens is het de moeite waard om de PowerPoint-presentatie door te nemen. Daarin vind je informatie, het manifest, alle losse elementen en tools weer terug.

Stap 3

Welk verhaal voeg jij toe (en haal je op)?

Wie zijn aan zet?

In deze stap is een grote rol weggelegd voor de sleutelpersonen en neem je de activiteiten die je doet op gebied van profilering onder de loep. Welk verhaal vertelt het personeel aan de buurvrouw, welk boodschappen krijgt jouw bestuurder mee als een belangrijk gesprek plaatsvindt, wat staat beschreven in de aanbestedingen, jaarverslagen, notities, op je website, etc.? Gaat dat over de meerwaarde die je biedt voor de cliënt, het aanbod van zorg? Pak je daar het werkveld in mee en zo niet, kun je dat toevoegen? Kortom, **waar biedt het toegevoegde waarde om (naast de sterke kanten van jouw organisatie) óók een positief beeld te schetsen van het werkveld in het kader van Community Next?**

Wie aan zet zijn is dus afhankelijk van de organisatie. Soms is een bestuurder nodig voor draagvlak zodat daadwerkelijk actie wordt ondernomen.

Waarom?

Een werkveld met een duidelijk profiel en positie staat steviger in de markt. Je innovatieve kracht laten zien en het met zijn allen aandacht vestigen op wat je goed doet, maakt dat mensen meer zien dan alleen negatieve berichten; je bouwt aan je reputatie. Samenwerken én profileren met het netwerk van Valente geeft niet alleen een sterkere landelijke positie, je profiteert daarnaast van elkaars kennis en expertise. En het scheelt tijd als de content die je toch al maakt deelbaar is in het hele land, en als je beschikbare content zelf op een goede manier kan inzetten.

Hoe?

In stap drie krijg je tools om intern te inventariseren waar je het landelijke profiel van het werkveld, waar dat past in jouw organisatie, mee te nemen. Naar wie communiceren we wat? Wie is verantwoordelijk? Waar is het relevant om informatie toe te voegen? Wie maakt wat? Waar moet je zijn?

Tools

Het [overzicht aan stakeholders](#) kun naast je eigen overzicht leggen, of knippen en plakken mocht je zelf geen overzicht hebben. Zet de organisaties waarmee jij te maken hebt (of je dat nou wilt of niet) op een rij. Hoe bereik je deze mensen of partijen? En welke boodschappen geef je af? Kan je hier een landelijke positie in meenemen? Ook vind je in deze lijst alle lid-organisaties die deelnemen aan het netwerk BW&B, zodat je elkaar weet te vinden in het land.

In het [factsheet vind je praktische informatie over ons landelijke werkveld](#), cijfers, de positie van het werkveld, de vormen van begeleiding die we bieden en wat dit oplevert. Kijk welk stukje informatie je hiervan kan gebruiken. Het kan bijvoorbeeld goed zijn om in een aanbesteding iets te vermelden over het werkveld om vervolgens in te zoomen op wat jullie daar als organisatie in bijdragen. In het [stijldocument \(tone of voice\)](#) kun je kijken welke formulering passen bij community next, leg ze naast je eigen documenten, komt het overeen?

Stap 4

Gezamenlijk op de kaart

Wie zijn aan zet?

Iedereen begrijpt dat externe communicatie van belang is bij profilering. In deze stap kijken we naar alle mogelijkheden van externe communicatie voor alle partijen (onder elkaar én naar buiten toe). Sleutelpersonen zorgen ervoor dat zij weten welke informatie te delen is, en welke informatie interessant is voor de organisatie en gehaald kan worden bij andere leden. Daarnaast is in deze stap de afdeling communicatie aan zet. De taak van de bestuurder is om ervoor te zorgen dat leden participeren. De opdracht (voor de sleutelpersoon en wellicht de afdeling communicatie) is niet alleen om te kijken waar de koppeling met het werkveld kan worden gemaakt maar juist ook om input te leveren, een issue te 'adopter' en te kijken van welke aangeboden content kan worden geprofiteerd.

Waarom?

Punt één: **we willen optimaal te profiteren van elkaars kennis én aanwezige content, en deze thema's elke keer weer koppelen met community next**, zodat het werkveld continu en overal op de kaart wordt gezet. Zo geven we intern, op lokaal, regionaal en landelijk niveau een podium en invulling aan het werkveld. Omdat de koppeling met community next wordt gelegd krijgt met een eenduidig beeld van het werkveld (gemeenschappelijke taal), zonder dat we tekortdoen aan de veelzijdigheid van alle leden en ons werk. De duizend druppels ...

Het heeft alleen maar voordelen, om mee te doen: als organisatie kun je je breder profileren op je sterke punten (door een van de thema's te adopteren) en je kunt gebruik maken van de inhoud en content die wordt aangeboden door andere organisaties op andere thema's (je hoeft niet op alle thema's het werk te verrichten of op zoek naar goede en deelbare content).

Hoe?

Er zijn in overleg met elkaar thema's bepaald die voor alle leden spelen en relevant zijn (denk aan vakmanschap, destigmatisering, werken in de wijk, ervaringsdeskundigheid, werving, etc.). In de gelegenheidscommissie kijken we hoe we de thema's kunnen 'verdelen' over de leden (wie adopteert welk thema en wat betekent dat?) en geven we er gezamenlijk inhoud en vorm aan waarbij we altijd een duidelijke koppeling leggen met community next (de gemeenschappelijke taal).

Eens per maand gaan we gezamenlijk naar buiten. Voor het thema kijken we naar mogelijkheden voor uitwisseling (delen van kennis), het delen van content en waar dat kan maken we gezamenlijke content (teksten & visuals geschikt voor verschillende doelgroepen, van bestuurder (opinie) tot medewerker (storytelling) voor kanalen zoals de website, intranet, LinkedIn en andere socials en media). De kennis en content blijft beschikbaar als een soort kennisbank.

Tools

In de tools staat het document '[Kalender & issues](#)'. In dit document vind je de gezamenlijk gekozen issues/onderwerpen en de input ervan die je zelf kunt gebruiken. In de vergaderingen verdelen we de issues. De bedoeling is wel dat meer leden bij dit onderdeel zullen aansluiten. (Van zoveel mogelijk leden wordt input verwacht.)

Stap 5

Evalueer, koppel terug én wissel uit (netwerken en kennissessies)

Wie zijn aan zet?

Blijven agenderen, evalueren, terugkoppelen en kennis delen blijven van belang. In de ledenvergaderingen blijven we vragen aan andere om zich aan te sluiten, bestuurders kunnen andere bestuurders inspireren door te vertellen over de impact en de opbrengsten van de profilering. Sleutelpersonen en andere betrokkenen kunnen hetzelfde doen door deel te nemen aan het gelegenheidsnetwerk, terug te koppelen en feedback geven en tijdens kennissessies te inspireren met best practices.

Waarom?

In positie komen en profileren van het landelijke werkveld doe je samen. **Hoe meer partijen meedoen, hoe groter het volume, hoe impactvoller de acties zijn.** Maar het is ook een kwestie van een lange adem. Een heel werkveld op de kaart zetten kost tijd en vraagt blijvend aandacht. Dit plan van aanpak is bruikbaar voor lange tijd én vraagt om slechts een minimale inspanning mits we met elkaar in verbinding blijven, informatie uitwisselen, feedback delen en als de gedeelde kennis up to date blijft en actief wordt ingezet.

Hoe?

Hoe blijven we in verbinding: Voor bestuurders is dat vrij simpel, door deel te nemen aan de ledenvergaderingen en door actief andere te inspireren om mee te doen. Heb je een goed verhaal, dan kan dat via de portefeuillehouders (contactpersonen) op de agenda worden gezet. Voor sleutelpersonen (en andere betrokkenen) zijn er netwerkbijeenkomsten. Deze bijeenkomsten vinden meestal digitaal plaats, deelnemen kan door een mail te sturen naar (contactpersonen). De netwerkbijeenkomsten om contact onderling tussen leden te bevorderen, zo hoeft niemand het wiel uit te vinden en kunnen issues 'in de groep gegooid' en besproken worden. Ook kunnen we taken verdelen en op die manier het plan van aanpak, de kennisbank en de issuekalender up to date houden.

Tools

In de ledenvergaderingen, netwerkbijeenkomsten en met de [issuekalender](#) wordt invulling gegeven aan de positionering. In [dit document](#) vindt je een overzicht van alle contactpersonen.

**Iedereen heeft een talent, een droom of een doel om voor te gaan.
Iets wat het leven zin geeft, en betekenisvol maakt**

Bij **Community Next** vinden we het belangrijk dat mensen in een kwetsbare periode in hun leven, zelf de regie weer kunnen nemen. Om van daaruit verder te bouwen aan het gewenste leven.

Als netwerkorganisatie werken we samen met psychisch kwetsbare mensen aan hun eigen plek in de samenleving. Wij geloven dat een veilig thuis de basis is voor herstel, en dat er vanuit vertrouwen nieuw perspectief ontstaat.

We werken op alle niveaus samen en brengen wonen, werk en zorg dichtbij. In de eigen directe omgeving, midden in de wijk. Vanuit onze expertises versterken we elkaar, delen we kennis en streven we continu naar

verbetering van de leefbaarheid, zodat we positief bijdragen aan inclusie, welzijn en psychische gezondheid.

Omringd door familie, vrienden, vrijwilligers, ervaringsdeskundigen en ggz-professionals, dragen mensen bij en zorgen zij mede zelf voor een aangename en diverse gemeenschap. Stap voor stap.

Wat de situatie ook is, wat het leven ook brengt, wij staan klaar met een netwerk van én voor professionals.

Community Next
Basis voor herstel en inclusie

Beoogde shift

Van 'zorgen voor'

Instituut
Organisatie als werkveld
Buiten de samenleving
Ziektebeeld
Achterhoede
Cliënt



Naar 'zorgen dat'

Netwerk van professionals
Wijk als werkveld
Inclusie
Positieve gezondheid
Voorhoede
Mens

Kenmerken organisaties beschermd en begeleid wonen

Ambitie

- Is een netwerkorganisatie van herstelprofessionals
- Werkt zowel aan preventie als langdurig herstel
- Faciliteert de juiste professional op de juiste plek
- Profileert ambitie i.p.v. organisatie
- Is voortrekker in het ontwikkelen van de inclusieve wijk

Kennis en kwaliteit

- Zet in op kennisdeling en samenwerkingen in de wijk
- Werkt volgens een landelijke kwaliteitsnorm van de sector
- Is gefundeerd op professionals, ervaringsdeskundigen en wetenschap
- Ondersteunt herstelprofessionals op afstand

Structuur

- Ontwikkelt en werkt in (digitale) netwerken
- Is maximaal flexibel georganiseerd
- Is waarde gericht gefinancierd
- Faciliteert wonen midden in de wijk én in prikkelarme en rustige omgevingen voor kwetsbare doelgroepen
- Organiseert opvang niet als kernproces maar als onderdeel van de route

Relatie met de cliënt

- Werkt samen aan ambities en doelen van de cliënt
- Is dichtbij waar nodig en veraf waar kan en versterkt continu eigen regie
- Is zo lang als nodig betrokken op de route van betekenisvol leven

Relatie met de wijk

- Heeft de wijk als werkveld en niet de organisatie
- Is bekend en breed georiënteerd in de wijk en creëert het juiste netwerk voor de cliënt
- Deelt kennis en verbindt om inclusie te optimaliseren in de wijk
- Zet zich actief in voor de wijk d.m.v. community building en wijkinterventie

Professioneel profiel

- Is een T-professional: een generalist met eigen (herstel)specialisme
- Werkt vanuit positieve gezondheid
- Werkt volgens landelijke beroepsstandaard, opleiding en vakgroep

(Herstel)specialisme

Onderscheidend voor een herstelprofessional is het werken vanuit het herstelspecialisme, zoals:

- Psychiatrie
- Verslaving
- Autisme
- Ervaringsdeskundige



NAVIGATOR OP DE route van betekenisvol leven



C CLIENT **H** HERSTELPROFESSIONAL **F** FAMILIE / NAASTEN

Argumentenkaart

Argumenten om mee te werken aan een sterke positie (ook landelijk) voor het brede werkveld van BW&B

Het werkveld van BW&B bestaat al lang niet meer uitsluitend uit de beschermende woonvormen van dertig jaar geleden. De visie en dienstverlening zijn veranderd en verbreed. Wij zijn niet meer de achterhoedespeler. We zijn actief in de wijken, werken veel ambulante en zetten in op herstel van gezondheid en kwaliteit van leven. Het is tijd om uit de bescheidenheid te treden en ons zichtbaar te maken als voorhoedespeler, die een bijdrage levert in de wijken en het steunen van mensen in kwetsbare posities.

Met een krachtig manifest onderstrepen we onze missie en dragen we het vernieuwde totaalconcept samen uit. Zo treden we uit de bescheidenheid en positioneren we ons als voorhoedespeler, die een sectorbrede beweging op gang brengt.

Wat gaat er mis (en wat zijn de consequenties)?

Er is geen eenzijdig beeld van ons werkveld:

Diversiteit onder leden is groot: eigen kenmerken, verschillende doelgroepen, eigen keuzes vanuit de regionale dynamiek in een unieke context. Visies, rol en werkwijze lijken versnipperd en verschillen per lid of per afdeling. Er is te veel fragmentatie, weinig samenhang, versnippering, veel belangen en de taal die eerst van de sector was (inclusie en participatie) is inmiddels van iedereen in zorg en

maatschappelijk middenveld.

Beeld van ons werkveld is verouderd (en soms zelfs afwezig): Ons werkveld is niet (altijd) zichtbaar als innovatief, we worden niet gezien als voorhoedespelers. De toegevoegde waarde van ons aandeel wordt niet herkend en onderscheidt zich niet als domein tussen de gespecialiseerde ggz en de sociale basis. Maatschappelijk relevantie is (landelijk en soms zelfs lokaal) niet altijd zichtbaar. Dat maakt ons onder andere onaantrekkelijk voor personeel terwijl er al krapte is.

Er is beeldvorming dat groepswonen en begeleiding voor altijd is, of dat mensen rouleren van het ene naar het andere 'opvangadres'. Door sommige samenwerkingspartners wordt BW gezien als een mogelijkheid voor huisvesting. Consequentie is dat we onaantrekkelijk zijn voor cliënten, soms zijn bewoners minder ontvankelijk voor begeleiding (ze willen gewoon wonen).

Kleinere speler in de WMO

Je ziet nu dat gemeenten de instroom in Beschermd Wonen niet bevordert maar het liefst zo veel mogelijk terugduwt naar de WLZ. (minimaal 2/3) van de beschermd wonen WMO populatie is overgegaan naar de WLZ (en de zorgkantoren & dus ook de Nederlandse GGZ).

Gevaar is daarmee dat de gemeenten hun prioritaire partner Welzijn meer als kennisbron blijft of gaat gebruiken. Gevaar

Issues met een negatieve connotatie:

Er zijn vele issues die spelen in ons werkveld die een negatieve connotatie hebben: bekostiging, achterhaalde kijk op cliënt, stigma, ontbreken van samenwerking (vakmanschap doe je samen), incidenten, krapte woningen, krapte arbeidsmarkt. Al die negatieve issues zetten ons in een negatief daglicht. Slechte beeldvorming in combinatie met het ontbreken van een duidelijk beeld over toegevoegde waarde heeft onder andere de consequentie dat huisvesting minder snel wordt toegewezen.

Argumentenkaart

is tevens dat de overheid hun prioritaire partners GGZ als kennisbron blijft of gaat gebruiken.

Wij vs hullie:

- We bevinden ons werkveld tussen curatieve ggz en de sociale basis:
- Beide werkvelden maken concreter zichtbaar maken wat hun toegevoegde waarde is
- GGZ organisaties en welzijn zijn meer in het nieuws
- Ons werkveld bevindt zich wat meer op de achtergrond in de beeldvorming.
- Het is nog niet voldoende zichtbaar dat wij een belangrijke bijdrage leveren in de wijken en in het steunen van mensen in kwetsbare posities.

De leden van Valente fungeren als verbindende kracht tussen verschillende domeinen (welzijn & ggz) en sectoren (in de wijk, bij alle partijen) (scharnierfunctie) en bedienen een brede(re) doelgroep (zowel welzijn als complexe problematiek). Mogelijke consequentie (wat in de praktijk al zichtbaar is en daadwerkelijk gebeurt!) niet zichtbare partijen zitten niet aan tafel en vallen buiten de boot bij aanbestedingen.

Wat levert gezamenlijk optrekken en positioneren op?

Als RIBW-en zijn we ooit opgericht als een vorm van

emancipatie: uit de bossen de samenleving in. Die beweging is nog lang niet klaar. We willen en moeten als branche, samen met cliënten en naastbetrokkenen, voor verdere stappen in die richting op blijven komen. Het veld is enorm aan het bewegen en schuiven. We zijn actief in de wijken, werken veel meer ambulante en zetten in op herstel van gezondheid en kwaliteit van leven. We zijn (mede)aanjager van het wijknetwerk. We moeten ons onderscheiden van anderen, juist om onze meerwaarde te kunnen blijven toevoegen, voor cliënten en in samenwerkingsverbanden en netwerken in de wijken.

Voordelen gezamenlijk profiel

Het is belangrijk de bijdrage van onze gehele sector aan de maatschappij in beeld te brengen. Zo ziet het publiek, de maatschappij, de overheid beter hoe essentieel onze rol in de samenleving is.

Samen vormen we een krachtig netwerk, een community waarin we kennis en expertise delen en gebruiken, zo helpen we niet alleen het collectief, maar ook de individuele leden profiteren onderling van elkaars kennis.

- Het gekozen concept helpt ons om ons achter cliënten en maatschappij op te stellen en niet ons als eerste als zorgaanbieder te profileren: we doen het niet voor onszelf maar voor de missie waar we voor staan. Dat

Argumentenkaart

is een verstandige en ook onderscheidende keuze op brancheniveau.

- Als we goed gepositioneerd zijn kunnen we de mensen die we begeleiden ook beter vertegenwoordigen, hun belangen behartigen en ze helpen bij het laten horen van hun stem. Zowel op lokaal als nationaal niveau.
- Een gezamenlijke profilering helpt om de onderlinge uitwisseling en dus het leren van elkaar te versterken, als je gezamenlijke lijn hebt waar je heen wilt, kun je gemakkelijker lenen bij de burens.

Wat betekent dit voor onze organisatie?

Als we meer één taal gaan spreken wordt het beeld van het werkveld sterker.

- Het werkveld is (meestal al) zichtbaar op lokaal (en soms ook regionaal) niveau. Die lokale dynamiek kunnen we inzetten, ook voor het landelijk profileren en positioneren. Daardoor wordt het hele werkveld beter zichtbaar
- Een landelijke profilering maakt dat die lijn breder gesteund wordt en dat is in het belang van onze cliënten én in het maatschappelijk belang.
- Ook andersom geldt: een landelijke profilering ondersteunt ons op regionaal en lokaal niveau, omdat het voor de regionale partijen een soort echo is van wat

wij lokaal realiseren en inbrengen.

- Een organisatie is vaak krachtig op een aantal punten, die je in veel gevallen graag deelt met de buitenwereld. Elke organisatie heeft ook punten waar je op kunt en wilt groeien. Omdat de leden van Valente zeer divers zijn, zijn ook de *good practices* divers. Uitwisselen van expertise is in ieder belang en alle leden profiteren van de al aanwezige kennis van anderen.

Een plan van aanpak maakt in vijf stappen duidelijk en concreet hoe je naast je huidige positionering, ook het hele veld zichtbaar maakt.

De vijf stappen zoals eerder in dit plan beschreven:

Stap 1: Draagvlak moet er zijn

Stap 2: Waar staat de organisatie ten opzichte van Community Next?

Stap 3: Welk verhaal voeg jij toe (en haal je op)?

Stap 4: Gezamenlijk op de kaart

Stap 5: Evalueer, koppel terug én wissel uit (netwerken en kennissessies).

Afwegingskader

Nieuwe concept BW&B

Vanuit het basisnetwerk beschermd wonen & begeleiding werken we aan een nieuw concept voor de sector. De kenmerken van dit concept impliceren een nieuwe manier van organiseren voor de leden van het netwerk Beschermd Wonen & Begeleiding van Valente. Geen organisatie is hetzelfde georganiseerd. Waar de ene organisatie zich al volledig herkent in de kenmerken uit het concept, roept het voor de andere organisatie veel vragen op. Veel van de genoemde kenmerken zijn hieronder uitgewerkt in een afwegingskader die de organisaties helpen richting te bepalen die past bij het nieuwe concept. Het afwegingskader geeft organisaties richting om de ambities van het concept te realiseren. De ambitie van (het basisnetwerk Beschermd Wonen & Begeleiding van) Valente is om in 2021 een kwaliteitskader voor de sector te ontwikkelen dat concretere handvatten biedt voor de daadwerkelijke inrichting van organisaties in lijn met het concept.

1. Ambitie

Vanuit de gedachte achter het nieuwe concept heeft een organisatie niet het doel om het totale palet aan dienstverlening voor een doelgroep te organiseren, maar streeft de organisatie naar het creëren van meerwaarde voor de doelgroep door kerncompetenties en specifieke positioneringen van andere organisaties expliciet aan zich te verbinden.

Afweging:

Huidige aanbod van dienstverlening redigeren en vanuit een marktverkenning toewerken naar toekomstbestendige, integrale strategische samenwerkingen.

2. Preventie en langdurig herstel

De organisatie werkt zowel aan preventie als langdurig herstel van de doelgroepen. Welke rol heeft preventie in de huidige inrichting van de dienstverlening?

Afweging:

Onderzoek de mate van focus in de organisatie op preventie in de huidige situatie. Vergroot waar mogelijk preventie op de strategische agenda van de organisatie en in de doorvertaling naar jaar-/teamplannen.

Ambitie

- Is een netwerkorganisatie van herstelprofessionals
- Werkt zowel aan preventie als langdurig herstel
- Faciliteert de juiste professional op de juiste plek
- Profileert ambitie i.p.v. organisatie
- Is voortrekker in het ontwikkelen van de inclusieve wijk

Afwegingskader – Nieuwe concept BW&B

3. Juiste professional op de juiste plek

De organisatie faciliteert de juiste professional op de juiste plek. Het concept onderstreept de wijk/samenleving als werkveld. Hiermee wordt de focus verlegd van de interne organisatie naar de leefwereld van de cliënt midden in de wijk.

Afweging:

In hoeverre zijn de herstelprofessionals breed georiënteerd in het werkveld? Kennen zij de lokale netwerken die van belang zijn op de route van de cliënt? Op welke manier draagt het werving- en selectiebeleid hieraan bij? In hoeverre vindt uitwisseling van professionals met netwerkpartners plaats om professionals nóg meer op de juiste plek te laten werken?

4. Profilering ambitie 'inclusieve wijk'

De organisatie zet in op de ambitie om voortrekker te zijn in het ontwikkelen van een inclusieve wijk/samenleving en profileert zich stevig op deze ambitie.

Afweging:

Is de ambitie voldoende geborgd in de missie/visie en koers van de organisatie? Een eenduidige ambitie in de sector

draagt bij aan sterke positionering.

Wordt de ambitie voldoende uitgedragen en herkend door relevante partijen in de wijk? Onderzoek in hoeverre deze ambitie in lijn is met de huidige profilering door middel van een stakeholders-/partneronderzoek en borg opgedane inzichten en bevindingen in de verbetercyclus van de organisatie.

5. Kennisdeling & samenwerking in de wijk

De organisatie benadert de ambitie om te werken aan een inclusieve wijk niet alleen vanuit cliëntperspectief maar ook vanuit het perspectief van de wijk.

Afweging:

In hoeverre is kennisdeling in de wijk(en) een vast kernproces van de organisatie of gebeurt het organisch? In lijn met het concept is informatievoorziening en kennisdeling breed in lokale regio een expliciet proces van de organisatie.

Kennis & kwaliteit

- Zet in op kennisdeling en samenwerkingen in de wijk
- Werkt volgens een landelijke kwaliteitsnorm van de sector
- Is gefundeerd op professionals, ervaringsdeskundigen en wetenschap
- Ondersteunt herstelprofessionals op afstand

Afwegingskader – Nieuwe concept BW&B

6. Landelijke kwaliteitsstandaard

Eenduidigheid, herkenbaarheid en een gedeelde 'kwaliteitslat' worden geborgd door een landelijk kwaliteitskader in de sector.

Afweging:

De kenmerken in dit concept vormen de basis voor de ontwikkeling van het landelijke kwaliteitskader in 2021. Dit document geeft richting en het kwaliteitskader ondersteunt bij de inrichting van de organisatie volgens de uitgangspunten van het nieuwe concept. In hoeverre ligt de richting van de organisatie al op één lijn met het concept?

7. Professionals, ervaringsdeskundigen en wetenschap als fundament

Drie belangrijke pijlers vanuit het concept zijn professionals, ervaringsdeskundigen en wetenschap.

Afweging:

Hoe groot is de rol van ervaringsdeskundigen in de organisatie en krijgen zij overal een plek? Profileert de organisatie zich hier ook mee? Welke wetenschappelijke onderbouwing heeft de toegepaste herstelmethodiek en andere interventies? Welke bijdrage levert de organisatie aan de ontwikkelingen in de wetenschap?

8. Ondersteunt herstelprofessionals op afstand

Het werkveld van de herstelprofessional is al lang niet meer centraal in één gebouw maar buiten in de wijk. De organisatie ondersteunt en faciliteert hierin optimaal.

Afweging:

Is de fysieke organisatie ingericht volgens dit uitgangspunt? Faciliteer optimaal in middelen om op afstand te werken en deskundigheid te bevorderen, profileer professionals midden in de wijk en organiseer kleine werkplekken in de wijk in plaats van een groot kantoor. Een hoofdlocatie van de organisatie biedt geen vaste werkplekken maar is juist gericht op ontmoeting en kennisuitdeling. Een plek met faciliteiten die op afstand niet beschikbaar zijn (bijvoorbeeld trainingsruimtes).

9. Organiseren in (digitale) netwerken

Optimale ondersteuning en het continue ontwikkelen en verbeteren hiervan gebeurt samen met andere organisaties.

Afweging:

Welke (digitale) platforms en netwerken sluiten optimaal aan bij de ambities van de organisatie? En welke niet? Maak hierin expliciete keuzes om niet te verdwalen in alle mogelijkheden die er zijn en maak gebruik van de netwerken die zorgen voor versnelling en versterking voor het realiseren van de ambitie van de organisatie.

Structuur

- Ontwikkelt en werkt in (digitale) netwerken
- Is maximaal flexibel georganiseerd
- Is waarde gericht gefinancierd
- Faciliteert wonen midden in de wijk én in prikkelarme en rustige omgevingen voor kwetsbare doelgroepen
- Organiseert opvang niet als kernproces maar als onderdeel van de route

Afwegingskader – Nieuwe concept BW&B

10. Waarde gericht gefinancierd

Een financieringsvorm die nog lang niet altijd overeenkomt en mogelijk is in de huidige context maar wel past in de ambitie van de sector.

Afweging:

Hoe proactief is de organisatie op het thema zorgverkoop?
Volgend op aanbestedingen en contracten of vooruitstrevend bij de gemeente, zorgkantoren en evt andere financiers?
En beïnvloedend op de toekomstige bekostiging van het sociale werkveld?

11. Organiseert tijdelijke Opvang alleen als het niet anders kan

Kunnen wonen in een eigen en veilige woonomgeving zien we als randvoorwaarde voor herstel. Om cliënten hier naar toe te begeleiden is een belangrijke taak. Welke plek heeft opvang in het nieuwe concept? (nog nader te beschrijven)

Afweging:

Staat de organisatie bekend om de opvangmogelijkheden?
Of voor de grote ambitie waar opvang slechts een onderdeel van uitmaakt? In hoeverre ondersteunt de structuur van de organisatie hierin?

Structuur

- Ontwikkelt en werkt in (digitale) netwerken
- Is maximaal flexibel georganiseerd
- Is waarde gericht gefinancierd
- Faciliteert wonen midden in de wijk én in prikkelarme en rustige omgevingen voor kwetsbare doelgroepen
- Organiseert opvang niet als kernproces maar als onderdeel van de route

Praatstukken – Manifest Community Next

Is de zorg in jullie organisatie dichtbij waar nodig en veraf waar kan en versterkt het continu eigen regie?

Heeft jouw organisatie de wijk als werkveld (i.p.v. de organisatie) wat betekent dat? Hoe ziet dat eruit? Wat levert dat op?

Iedereen heeft een talent, een droom of een doel om voor te gaan. Iets wat het leven zin geeft, en betekenisvol maakt

Wie zijn onze samenwerkingspartners en kennen zij onze positie en het landelijke werkveld?

Bij **Community Next** vinden we het belangrijk dat mensen in een kwetsbare periode in hun leven, zelf de regie weer kunnen nemen. Om van daaruit verder te bouwen aan het gewenste leven.

Als netwerkorganisatie werken we samen met psychisch kwetsbare mensen aan hun eigen plek in de samenleving. Wij geloven dat een veilig thuis de basis is voor herstel, en dat er vanuit vertrouwen nieuw perspectief ontstaat.

We werken op alle niveaus samen en brengen wonen, werk en zorg dichtbij. In de eigen directe omgeving, midden in de wijk. Vanuit onze expertises versterken we elkaar, delen we kennis en streven we continu naar

verbetering van de leefbaarheid, zodat we positief bijdragen aan inclusie, welzijn en psychische gezondheid.

Omringd door familie, vrienden, vrijwilligers, ervaringsdeskundigen en ggz-professionals, dragen mensen bij en zorgen zij mede zelf voor een aangename en diverse gemeenschap. Stap voor stap.

Wat de situatie ook is, wat het leven ook brengt, wij staan klaar met een netwerk van én voor professionals.

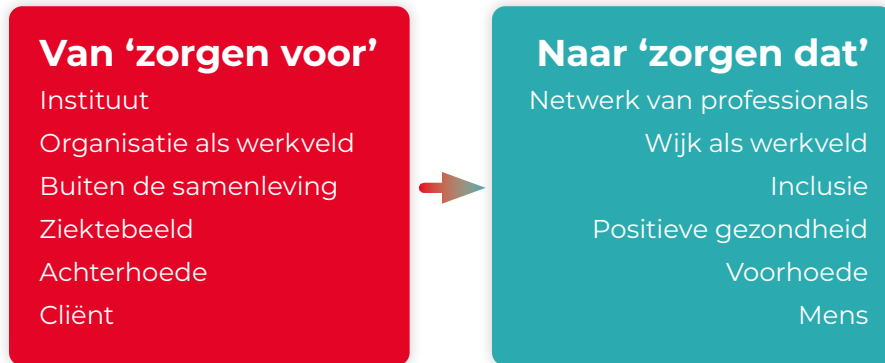
Community Next
Basis voor herstel en inclusie

Hoe vult de organisatie de netwerkfunctie in? Welke netwerken zijn er en worden deze actief ingezet? Voor wie?

In hoeverre 'voldoet' onze organisatie aan de uiting van dit manifest? Wat zijn de sterke en minder sterke punten?

Hoe draagt de organisatie bij aan leefbaarheid en inclusie in de wijk?

Beoogde shift



Relatie met de cliënt

- Werkt samen aan ambities en doelen van de cliënt
- Is dichtbij waar nodig en veraf waar kan en versterkt continu eigen regie
- Is zo lang als nodig betrokken op de route van betekenisvol leven

Relatie met de wijk

- Heeft de wijk als werkveld en niet de organisatie
- Is bekend en breed georiënteerd in de wijk en creëert het juiste netwerk voor de cliënt
- Deelt kennis en verbindt om inclusie te optimaliseren in de wijk
- Zet zich actief in voor de wijk d.m.v. community building en wijkinterventie

Professioneel profiel

- Is een T-professional: een generalist met eigen (herstel)specialisme
- Werkt vanuit positieve gezondheid
- Werkt volgens landelijke beroepsstandaard, opleiding en vakgroep

(Herstel)specialisme

Onderscheidend voor een herstelprofessional is het werken vanuit het herstelspecialisme, zoals:

- Psychiatrie
- Verslaving
- Autisme
- Ervaringsdeskundige

Score schaal 0-5
(minder-meer)

Ambitie

- Is een netwerkorganisatie van herstelprofessionals
- Werkt zowel aan preventie als langdurig herstel
- Faciliteert de juiste professional op de juiste plek
- Profileert ambitie i.p.v. organisatie
- Is voortrekker in het ontwikkelen van de inclusieve wijk

Kennis en kwaliteit

- Zet in op kennisdeling en samenwerkingen in de wijk
- Werkt volgens een landelijke kwaliteitsnorm van de sector
- Is gefundeerd op professionals, ervarings-deskundigen en wetenschap

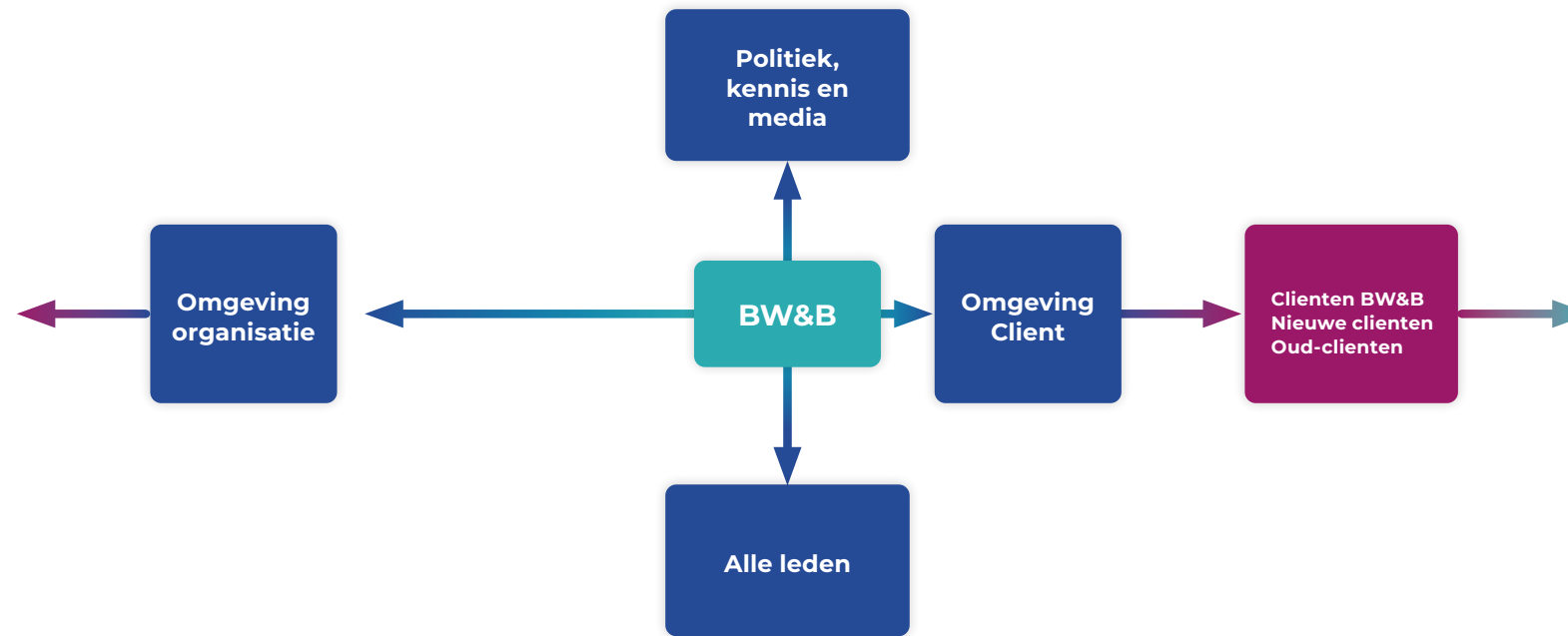
Structuur

- Ontwikkelt en werkt in (digitale) netwerken
- Is maximaal flexibel georganiseerd
- Is waarde gericht gefinancierd
- Faciliteert wonen midden in de wijk én in prikkelarme en rustige omgevingen voor kwetsbare doelgroepen
- Organiseert opvang niet als kernproces maar als onderdeel van de route
- Ondersteunt herstel-professionals op afstand

Stakeholdersoverzicht

Medewerkers	(opleidingen) zorgverleners staf vrijwilligers Stage Potentiele medewerkers oud medewerkers
Verwijzers	wmo consulenten reclassering / DJI MO en zorgpartners (welke) GGZ behandelaars Huisartsen & POH GGZ Wijkteams/Factteams
Opdrachtgevers/ contractering	provincie? centrumgemeente gemeente DJI zorgkantoren subsidievertstrekkers Min J&V
Toezicht	Inspectie szw wijkpreventieteams accountant ggd woningcorp handhavers meldpunten (welke)
Belangen	VNG GGZ NL Sociaal werk nederland Zorzijnwerkt (?) vakbonden participatieorg Businessclubs
Financiële structuren	WMO WLZ ZvW PBL Jeugdzorg

individuele kamerleden staatsecr & minsters VWS & V&J Landelijk landelijke politieke partijen afgevaardigde provincie zorgverzekeraar zorgkantoorregio's Regionaal samenwerkende gemeentes politieke partijen gemeenteraad wethouders beleidsambtenaar Lokaal burgemeester	CCE Zorgverzekers Nederland Recovery college Howie the harp TOP GGZ NVVP Landelijke Vereniging POH-GGZ LOC cliëntenraden O&O fonds ggz Kenniscentrum KJP NHC (huisartsen) InEen (1e lijns zorg) FCB (arbeidsmarkt fonds) Sociaal Werk Nederland VNG Aedes Iederin AWWN (werkgeversvereniging) AZW (arbeidsmarkt zorg en	welzijn IOOV (overleg verpleegkundigen) Inspectie SZW Nictiz NKJ Kenniscentrum Phrenos GGZ Academy NU'91 FBZ (vakbond zorgprofessionals) VNO NCW ZonMW Mind Expertisecentrum forensische psychiatrie kwaliteit forensische zorg verslavingskunde nederland Impuls	landelijke media regionale media, kranten, omroepen lokalen huis-aan-huis en omroepen
politiek	kennis	media	



Wonen	woningcorporaties en instellingen wijkvoorzieningen buurt
Zorg & (ambulante) begeleiding	Huisarts POH informele zorg (ambulante individuele of gezinsbegeleiding maatschappelijk werk schuldhulpverlening
Overige zorg	verslavingszorg (wie zijn de aanbieders in de regio) verstandelijke beperking (welke aanbieders zijn er in jouw regio) Jeugdzorg (welke aanbieders) ggz
Welzijn	sociale wijkteams werkorgansaties daghulp
Omgeving Steunpunt mantelzorg? specifieke jeugdhulp?	familie mantelzorg community (wijkcentra, sport & hobbyclub, bibliotheek, patientorg, pastoraat etc) maatjes buurtbewoners en instanties
Belangen	Clientenraad Patientorgansiatie Mind Patientfederatie Kompassie
Veiligheid	politie/wijkagent zorg en veiligheid

Stakeholdersoverzicht BW&B – Alle leden

Valente	Agenda commissie
Valente	Linda van den Brink Valente
HVO-Querido	Louise Olij
Valente	Artie van Tuijn Valente
Pameijer (portefeuille)	Jan Alblas
Fonteynburg	Marja van Leeuwen

Portefeuillehouders	Plaats (Hoofdkantoor)
LEVANTOgroep	Paul Schefman Sittard
Umah-hai	Denise Veldhuis-Moens Driebergen-Rijsenburg

Gelegenheidsnetwerk		
Valente	Linda van den Brink	Amersfoort
Valente	Judith de Laat	Amersfoort
Valente	Kim van de Wetering	Amersfoort
RIBW Brabant	Neeltje van den Hoogen	Tilburg
RIBW Nijmegen & Rivierenland	Geertje Roelofs	Nijmegen
HVO-Querido	Rosalie de Groot	Amsterdam
Lister	Margot van Lange	Utrecht
RIBW Arnhem & Veluwe Vallei	Eva Kleinbrinke	Arnhem
Pameijer	Ruud van der Kind	Rotterdam
RIBW Overijssel	K. Kraaijenbrink	Zwolle
EBC Zorg/Profilia Zorggroep	Severien van der Wal	Houten
RIWIS	Carla meuleman	Apeldoorn
Fonteynburg	Karin Alberda	Rijswijk
Levanto	Chrit Segers	Sittard
SMO Traverse	Malou Deenen	Tilburg
RIBW Brabant	Paola Buitelaar	Tilburg
Leviaan	Janneke Scharloo	Purmerend
Cordaan	Odette van der Heijden	Amsterdam
Umah Hai	Alieke Geerds	Driebergen-Rijsenburg
RIBW Kam	Olga Slager	Haarlem

Alle leden die BW&B bieden		
	Robin de Bood	
Algemeen Opvangcentrum Purmerend	Vrank Post	Purmerend
Anton Constandse	Arjenne Daams	Den Haag
Binnenvest	Emmy Klooster	Leiden
Centrum voor Dienstverlening	Inez Basten	Rotterdam
Cordaan GGZ	Marcel Mucek	Amsterdam
Cosis	Bert Hogeboom	Assen
EBC Zorg	Peter van Wijk	Houten
ebczorg	Severien Van der Wal	Houten
Elckerlyc	Angelina Franken	Vlaardingen
Eleos		Hoevelaken
Emergis	Gerco Blok	Kloetinge
Emergis	Sabine Raams	Kloetinge
Exodus	Jan van Gils	Leiden
Fier	Linda Terpstra	Leeuwarden
Fonteynburg	Marja van Leeuwen	Zoetermeer
Humanitas Onder Dak (HOD)		Hengelo
Humane Zorg	Mehmet Cerit	Rotterdam
HVO-Querido	Douwe van Riet	Amsterdam
HVO-Querido	Barbara Velthuizen	Amsterdam
Iriszorg	M. J. Verschuure	Arnhem

Jados		Arnhem
Keroazie		
Kessler Stichting	Bram Schinkelshoek	Den Haag
Kwintes	Ineke van Hooff	Zeist
Leger des Heils	Cisca Jansen	Amsterdam
Leger des Heils	Karin Bloemendal	Amsterdam
Leger des Heils	Harm Slomp	Amsterdam
LEVANTOgroep	Paul Schefman	sittard
Levantogroep	Marlies Boumans	sittard
Leviaan	Han Jetten	Purmerend
Leviaan	Maaïke Zweep	Purmerend
LIMOR	Aart van Walstijn	Leeuwarden
Lister	Juul Reinking	Utrecht
Lister	Theo den Hertog	Utrecht
Maaszicht	Roesja Verhoeven	Rotterdam
MET ggz	Anja Pijls	Roermond
MO Den Bosch	Thijs Honig	's Hertogenbosch
Moederzaad	Ronald Kleiweg	Veendam
Moveoo	Ramon Testroote	Roermond
Mutsaersstichting	Matthieu Goedhart	Venlo
Mutsaersstichting	Hanneke van Beest	Venlo
NEOS	Raoul Bakkes	Eindhoven
Nico Adriaans Stichting	Anita Schaaij	Rotterdam
Ontmoeting	Gerard Stoop	Houten
Opvanghuis Berlicum	Bart Frints	Berlicum
Oudezijds 100	Rick Florentinus	Berlicum
Pameijer	Jan Alblas	Amsterdam
Perspektief	Miriam Heringa	Rotterdam
Per mens		Amsterdam
Pret in herstel		Den Haag
RIBW Arnhem & Veluwe Vallei	Hillegonde van den Berg	Arnhem
RIBW Brabant	Marina Heslen	Tilburg
RIBW Groep Overijssel	Jan-Willem Bedeaux	Zwolle
RIBW Kennemerland/Amstelland en de Meerlanden		haarlem
RIBW Kennemerland/Amstelland en de Meerlanden	Rob de Jong	haarlem
RIBW Kennemerland/Amstelland en de Meerlanden	Naomi Tas	Nijmegen
RIBW Nijmegen & Rivierenland	Edwin ten Holte	apeldoorn
Riwis	Joost Harkink	Utrecht
Singelzicht	Roesja Verhoeven	Amersfoort
Singelzicht	Debby Musch	Breda
Siriz	Linda Wensink	Breda
SMO Breda	Monique Geurts	Helmond
SMO Breda	Judith Kuypers	Helmond
SMO Helmond	Charlene van de Laar	Tilburg
SMO Helmond	Kitty de Laat	
SMO Traverse	Jose Buitendijk	Delft
Traverse	Carina Kruijsse	Utrecht
Stichting Perspectief		Utrecht
Tussenvoorziening	Guusta van der Zwaard	Driebergen-Rijsenburg
Tussenvoorziening	Jules van Dam	Oss
Umah-hai	Denise Veldhuis-Moens	Leeuwarden
Verdihuis	Han Kremers	Valkenburg aan de Geul
Wender		
Zonnewende		

Tone of voice & kernboodschappen van het manifest

Eind 2021 heeft een kleine werkgroep van communicatiemedewerkers van leden met een VO-aanbod een memo 'tone of voice' gemaakt. Hierin staan voor de doelgroepen cliënten, professionals en breed publiek richtlijnen voor de communicatie. Soms gaat het om woordkeus, soms bijv. om aandacht voor bepaalde onderwerpen. Deze memo is door het bestuur goedgekeurd en verspreid onder alle leden met een aanbod VO. Voor BW&B-leden zijn er nu ook deze gezamenlijke communicatierichtlijnen om het vernieuwd concept helder uit te dragen.

Inleiding

Taal is emotie. Een enkel woord kan de lezer of luisteraar ontroeren, angstig of verdrietig maken, zich trots laten voelen en/of over laten gaan tot actie. De juiste taal bij onze boodschap vinden is daarom een uitdaging. We hebben te maken met een uiteenlopend niveau van leesvaardigheid en (onnodig) veel gebruik van jargon en Engelse termen. Taal verandert continu. En dan is er nog beeld. Een beeld zegt meer dan duizend woorden. Beeld kan de boodschap die we in taal proberen over te brengen versterken, afzwakken of juist compleet van koers veranderen. Kortom: de woorden en beelden die we als Valente en aangesloten organisaties gebruiken, zijn van groot belang voor de manier waarop ons 'publiek' onze dienstverlening en boodschap beleeft.

Vanuit de werkgroep die betrokken is bij de communicatie van het vernieuwd concept beschermd wonen, hebben wij daarom een advies geschreven met betrekking tot de inzet van taal en beeld door aangesloten partners. Om samen ons publiek sneller te voorzien van de juiste informatie. Eenduidige communicatie helpt ons om een krachtig front te vormen en de vernieuwing binnen beschermd en begeleid wonen te positioneren. Met heldere standpunten en een gezamenlijke visie (zie ook het manifest community next en het plan van aanpak voor gezamenlijke positionering) kunnen we invloed uitoefenen op besluitvorming door politiek op zowel lokaal, regionaal als landelijk niveau.

De geformuleerde 'regels' in deze memo zijn uiteraard bedoeld als leidraad, aan te passen naar de eigen doelstellingen, boodschap en doelgroepen van de organisatie.

Vertellen over het manifest:

Het netwerk BW&B van nu bestaat al lang niet meer uitsluitend uit de beschermende woonvormen van dertig jaar geleden. De visie en dienstverlening zijn veranderd en verbreed. We zijn actief in de wijken, werken veel ambulante en zetten in op herstel van psychische gezondheid en kwaliteit van leven. Ons werkveld ondersteunt mensen in kwetsbare posities krachtig. Om te duiden hoe we veranderen is een beoogde shift in beeld gebracht (te vinden als sheet in de bijgeleverde PowerPoint en als pdf in het plan van Aanpak: beoogde shift).

Tone of voice & kernboodschappen van het manifest

Om het werkveld beter uit te dragen, werkten we aan een formulering waarin onze nieuwe positie beter tot zijn recht komt. Het manifest community next ontstond (te vinden als sheet in de bijgeleverde PowerPoint en als pdf in het plan van Aanpak: manifest), een gedragen visie waarin elk lid zich vindt. Deze visie geeft richting aan het werkveld en de beoogde shift waar alle organisaties actief mee zijn. Daarnaast zijn de kenmerken van het werkveld in kaart gebracht (te vinden als sheet in de bijgeleverde PowerPoint en als pdf in het plan van Aanpak: kenmerken BW&B).

Voor de herstelprofessional zijn kenmerken opgesteld (te vinden als sheet in de bijgeleverde PowerPoint en als pdf in het plan van Aanpak: kenmerken professional). Een overzicht kun je vinden in de route naar een betekenisvol leven (te vinden als sheet in de bijgeleverde PowerPoint en als pdf in het plan van Aanpak: infographic).

Met het manifest van community next benadrukken we gezamenlijk onze missie. De leden van Valente kennen onderling grote verschillen, alleen al in aanbod, maar ondanks onze verschillen onderling, laten we graag één geluid horen, want we werken vanuit dezelfde missie en visie. Op deze manier maken we ook optimaal gebruik van de aanwezige kennis en expertise binnen ons netwerk.

Valente is een netwerkorganisatie. Een van de netwerken is BW&B. In dit netwerk bevinden zich 66 leden verspreid over het land. De positionering van het werkveld is onderdeel van de agenda. Om samen in positie te komen is er een stappenplan gemaakt voor leden met daarin kennis en tools gemaakt met de kennis en expertise van verschillende leden (bestuurders, beleidsadviseurs, managers, ervaringsdeskundigen en communicatieadviseurs).

Uitgangspunten van taal in onze communicatieboodschappen

Doelgroep cliënten

- We gaan uit van een kracht- en herstelgerichte benadering.
- Waar mogelijk afkortingen vermijden en termen versimpelen door een alternatief te zoeken.
- We communiceren op een activerende en ondersteunende manier; 'Wij ondersteunen jou bij' in plaats van 'Je krijgt hulp om'.

Voorbeelden uit het manifest:

Iedereen heeft een talent, een droom of een doel om voor te gaan. Iets wat het leven zin geeft, en betekenisvol maakt. Bij Community Next/ in ons werkveld vinden we het belangrijk dat mensen in een kwetsbare periode in hun leven, zelf de regie weer kunnen nemen. Om van daaruit verder te bouwen aan het gewenst even.

Tone of voice & kernboodschappen van het manifest

Doelgroep professionals (hulpverleners)

Wij geloven dat een veilig thuis de basis is voor herstel, en dat er vanuit vertrouwen nieuw perspectief ontstaat.

En

We werken op alle niveaus samen en brengen wonen, werk en zorg dichtbij. In de eigen directe omgeving, middenin de wijk.

Stakeholders (zoals ketenpartners, gemeenten)

Als netwerkorganisaties werken we samen met psychisch kwetsbare mensen aan hun eigen plek in de samenleving. Vanuit onze expertises versterken we elkaar, delen we kennis en streven we continu naar verbetering van de leefbaarheid, zodat we positief bijdragen aan inclusie, welzijn en psychische gezondheid.

Doelgroep breed publiek

Omringd door familie, vrienden, vrijwilligers, ervaringsdeskundigen en ggz-professionals, dragen mensen bij en zorgen zij mede zelf voor een aangename en diverse gemeenschap. Stap voor stap.

Beeldmateriaal

- Onze fotografie bevat zoveel mogelijk mensen, zodat we onze dienstverlening vanuit het perspectief van de medewerkers, cliënten, vrijwilligers of ketenpartners laten zien.
- Uitgangspunten voor beeldmateriaal zijn: inclusief, niet stereotyperend, kracht- en herstelgericht, kwetsbaar maar niet zielig.
- Ook bij uitingen van externen (o.a. media) proberen we te wijzen op het stereotyperende karakter van negatief beeldmateriaal over beschermd & begeleid wonen.

Als inspiratie: de meest gebruikte 'daklozenfoto' opnieuw geschoten (zie [hier](#)).

Kalender & issues - Gezamenlijk naar buiten

We kozen een aantal (gezamenlijke) onderwerpen/ issues die voor alle leden relevant zijn en die we willen koppelen aan de visie van community next.

We delen verhalen over hoe we dit aanpakken, innoveren en wat dat oplevert. We verzamelen over elke onderwerp content die iedereen kan gebruiken en inzetten. Er is per onderwerp één lid dat een onderwerp adopteert. Hij of zij neemt de lead in het verspreiden en beheren van het onderwerp.

Voor alle onderwerpen wordt aanwezige kennis verzameld binnen het bestaande netwerk en standaard content wordt opgeleverd.

Denk aan:

- een nieuwsbericht
- bericht voor de nieuwsbrief
- een bericht voor intranet
- voor linkedIn (een voor bestuurders (meer opinie), een voor medewerkers (meer verhalend)
- berichten voor FB/Insta (met goede foto)

Er kan door iedereen die deelneemt aan de contentkalender onbeperkt worden geput uit deze input. De kennis & content bouwt zich langzaam op als een soort kennisbank. Er is gekozen voor onderstaande onderwerpen (in willekeurige volgorde).

Berichten worden sowieso geplaatst in de Valente nieuwsbrief, op internet en op LinkedIn (vanaf oktober 2022). Delen? Graag!

Meedoen?

Wie adopteert welk item, wanneer staat e.e.a. gepland? Hoe wordt dat ingevuld? Waar vind ik de informatie die al is verspreid? Hoe doe ik mee? Aan antwoord op deze vragen krijg je in de netwerkbijeenkomsten die eens per maand plaatsvindt.

Vakmanschap

Wonen & begeleiden

Destigma

Werk je mee?

Wij werken met positieve gezondheid

Vernieuwing en innovatie

Verward?

Ervaringsdeskundigheid

Wij werken samen

Echt meedoen

Marktverandering/ tariefdruk

Werken in de wijk